

Curso

Evaluación y diagnóstico del desarrollo de negocio

In company

Para vender más y mejor hay que contar con un sistema óptimo (procedimientos, técnicas, métodos, medios, ...) desde el diseño de la oferta comercial hasta la gestión de la base de clientes y también personas que dominen este sistema, posean las habilidades necesarias y alcancen la excelencia en su ejecución.

Hay que desarrollar una cultura empresarial de competitividad con la activa participación de todas las áreas, no se trata de esfuerzos puntuales e individuales.

**Le proponemos
vender más y mejor**

+34 902 01 07 61

info@ventab2b.com

www.ventab2b.com

Curso

Evaluación y diagnóstico del desarrollo de negocio

In company

¿Para qué esta formación?

Sus problemas

“Entendemos que nuestros productos son de calidad, pero convertimos pocos prospectos y no ganamos cuota de mercado, la competencia entra con facilidad en nuestras cuentas, los márgenes comerciales son insuficientes.”

“La cantidad de clientes potenciales que se interesan por nuestra oferta es muy baja en relación al esfuerzo que hacemos por atraerles e insuficiente para mantener el ritmo de ventas.”

“No contamos con recursos propios suficientes para llegar a todo el mercado en un plazo razonable. Crecemos lentamente.”

“La mayor parte de nuestras ventas las hacemos a clientes nuevos, esto conlleva un esfuerzo y costes comerciales enormes y no asegura un flujo de ventas estable.”

Sus necesidades

El desarrollo de un negocio es el conjunto de los esfuerzos que hace una empresa para ser cada vez más competitiva y con ello crecer de forma estable y robusta tanto en volumen como en rentabilidad.

La competitividad de un negocio está determinada por estos factores:

- el valor que ofrecemos a los clientes;
- lo que les cuesta adquirir nuestros productos;
- la efectividad con que comunicamos al mercado nuestra oferta y
- las facilidades que les damos para acceder a ellos y utilizarlos.

El mercado actual es cada vez más global, la competencia ofrece productos mejores a menor precio y los clientes son cada vez más informados y exigentes. Ser competitivos en este entorno: contar con una buena oferta, conseguir que atraiga a los potenciales clientes, disponer de los canales y la fuerza de ventas adecuados y fidelizar a los clientes es un reto.

Le proponemos vender más y mejor

Le ayudamos a identificar las claves que le permitan:

- A. Mejorar la competitividad de la oferta comercial.
- B. Comunicar más eficazmente la oferta al mercado.
- C. Contar con los canales de venta más efectivos.
- D. Elevar la eficacia de la fuerza de venta.
- E. Fidelizar y gestionar los clientes.

Esto le permitirá evaluar la situación actual y determinar dónde actuar para:

1. Ampliar el mercado potencial.

2. Acceder a una parte más amplia de ese mercado.
3. Atraer a más clientes interesados (más prospectos).
4. Convertir una mayor proporción de prospectos en clientes.
5. Alcanzar una mejor rentabilidad en la venta.
6. Obtener más provecho de la base de clientes.

Y, además, crear, desarrollar y consolidar en todas las áreas de la empresa una cultura de competitividad, integrar a todos en este reto.

Nuestra solución

Para desarrollar un negocio hay que contar con un sistema óptimo (procedimientos, técnicas, métodos, medios, ...) desde el diseño de la oferta comercial hasta la gestión de la base de clientes y también personas que dominen ese sistema, posean las habilidades necesarias y alcancen la excelencia en su ejecución.

En este curso estudiamos las bases del desarrollo de un negocio: la oferta comercial, su comunicación al mercado, la selección de los canales, la fuerza de venta, su gestión y la fidelización de los clientes. Identificamos las claves para evaluar el estado actual y diagnosticar dónde actuar para acceder a un mercado más amplio, atraer y conseguir más clientes, hacer ventas más rentables y aprovechar mejor la base de clientes.

Se discute un plan de acción priorizando los aspectos que más efecto van a tener en la competitividad del cliente y los resultados de su actividad comercial.

Los temas que trataremos son:

- A. Bases para el desarrollo de los negocios.
- B. ¿Dónde está tu negocio?
 - Quiénes son tus clientes.
 - Los problemas y necesidades de cada segmento de clientes.
 - Las soluciones que tienes para ellos: productos y servicios.
 - Beneficios (valor) que les aportas.
 - Tamaño y tipo de mercado.
 - Cómo accedes a los clientes: comunicar, vender y proveer.
 - Aprovechamiento de la base de clientes.
- C. ¿Cuán competitivo eres?
 - Quién es la competencia, qué ofrece, cómo lo hace.
 - Tu posición competitiva actual: valor, coste de adquisición, comunicación y acceso al cliente.
- D. Evaluación y diagnóstico del desarrollo del negocio. Plan de acción.

Dirigida a

- Directores generales, gerentes, CEOs, ...
- Responsables y directores de venta, marketing, canales y desarrollo de negocio.
- Ejecutivos y responsables de todas las áreas de la empresa.
- Vendedores, comerciales y gestores de cuentas.

Plan

Preparación: entrega de materiales y guía de preparación.

Taller: 12h.

Fechas y horarios a convenir.

Recursos

A cada alumno se entrega: la bibliografía básica y la Guía del taller.

Título

Los participantes reciben un certificado del curso.

Precio

El precio depende de la cantidad de participantes y de la modalidad de formación seleccionada. Se aplica un complemento por dietas y desplazamientos.

¿Por qué con nosotros?

Porque ...

- o los asistentes aprenden los enfoques, técnicas y métodos más actuales en el desarrollo de negocio y las aplican a su empresa;
- o el resultado, además de la formación de los participantes, es un proyecto de mejora comercial;
- o integramos toda la organización en el desarrollo del negocio;
- o los servicios se adecúan a las necesidades y condiciones de nuestros clientes;
- o aplicamos un enfoque LEAN orientado a crear y proporcionar valor a los clientes e innovar el modelo de negocio;
- o los profesores son ejecutivos con amplia experiencia en el desarrollo de negocios;
- o somos expertos en ventas B2B en cualquier sector.

Bibliografía recomendada

Básica

GENERACION DE MODELOS DE NEGOCIO

Autor: Yves Pigneur y Alexander Osterwalder

Editorial: DEUSTO S.A. EDICIONES, 2011

LOS 80 CONCEPTOS ESENCIALES DE MARKETING DE LA "A" A LA "Z"

Autor: Philip Kotler

Editorial: PEARSON EDUCACION, 2003

Complementaria

DISEÑANDO LA PROPUESTA DE VALOR: COMO CREAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE TUS CLIENTES ESTAN ESPERANDO

Autor: Alexander Osterwalder

Editorial: DEUSTO S.A. EDICIONES, 2015

LA FÁBRICA DE BENEFICIOS. UNA GUÍA PARA LA PRODUCTIVIDAD GERENCIAL

Autor: Cruelles Ruiz, Jose Agustin

Editorial: MARCOMBO, S.A.

<http://www.zadecon.es/nuestros-libros.html>